

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMBELI FRUIT TEA KEMASAN TETRA
(Studi Kasus Pada SLTP PIUS Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh:

Nama : HASTUTY
Nim : 03.30.0037

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2007**

Skripsi dengan judul:

**“ FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMBELI FRUIT TEA KEMASAN TETRA “
(Studi Kasus Pada SLTP PIUS Pekalongan)**

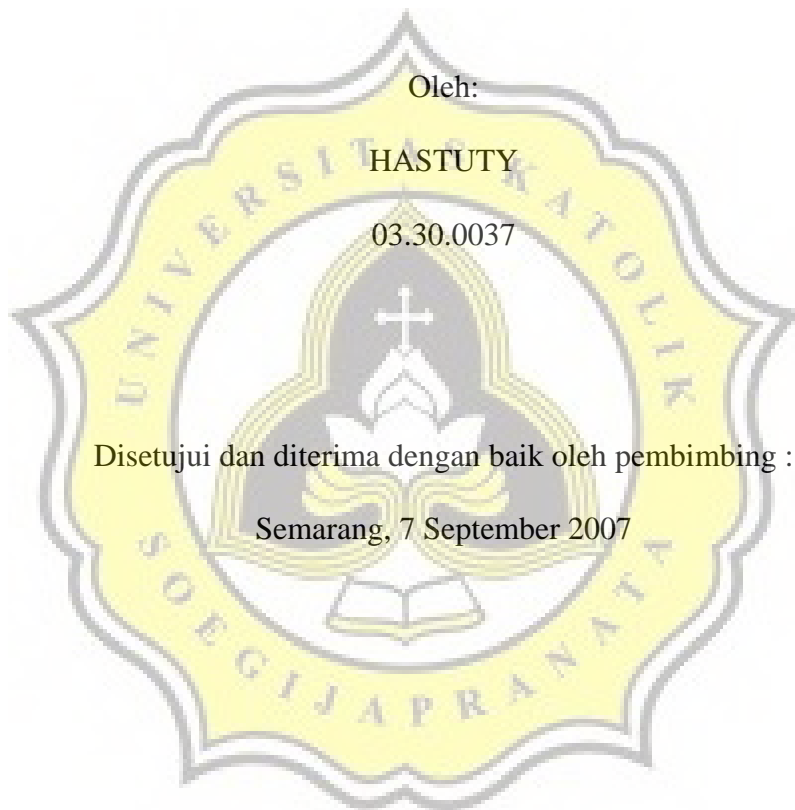
Oleh:

HASTUTY

03.30.0037

Disetujui dan diterima dengan baik oleh pembimbing :

Semarang, 7 September 2007



Pembimbing

A. RATNA WULANDARI, SE.MSi

ABSTRAKSI

Pemasaran merupakan cara untuk memenuhi, melayani kebutuhan, dan keinginan konsumen sasaran. Para pelanggan mungkin saja menyatakan kebutuhan dan keinginan utama mereka, namun pada kenyataannya konsumen bertindak sebaliknya, mereka justru membeli kebutuhan dan keinginan lainnya. Demikian pula halnya dengan munculnya berbagai macam merek minuman ringan teh rasa buah dalam kemasan yang mendorong konsumen untuk lebih berfikir dalam memilih produk teh dalam kemasan yang masing – masing memiliki kelebihan dan kekurangan sendiri, yang mampu menarik konsumen. Untuk itu diperlukan suatu konsep pemasaran yang bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli minuman ringan teh rasa buah dalam kemasan. Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli minuman ringan teh rasa buah dalam kemasan tetra merek Fruit Tea.

Dalam penelitian ini tidak seluruh populasi yang diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Mengingat populasi tidak diketahui, maka peneliti menentukan sejumlah tertentu sampel yaitu sebesar 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor.

Hasil analisis faktor – faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli Fruit Tea kemasan tetra, menunjukkan bahwa variabel – variabel yang dipertimbangkan diringkas menjadi 5 faktor, yaitu :

1. Faktor rasa, yang mempunyai nilai eigenvalue sebesar 34,958% meliputi variabel rasa yang rame dilidah, aroma buah terasa, warna yang menarik, rasa enak, rasa buah beraneka ragam, dan kualitas yang baik .
2. Faktor merek, yang mempunyai nilai eigenvalue sebesar 11,838% meliputi variabel merek terkenal, isi sesuai, mudah didapat dimana saja, dan iklan menarik.
3. Faktor kemasan, yang mempunyai nilai eigenvalue sebesar 11,484% meliputi variabel mudah dibawa, dan kemasan praktis .
4. Faktor keamanan, yang mempunyai nilai eigenvalue sebesar 7,249% meliputi variabel higienis, dan kemasan aman .
5. Faktor harga, yang mempunyai nilai eigenvalue sebesar 6,776% meliputi variabel harga terjangkau.